

**ANALISIS PENGARUH GAJI PENJUAL, BIAYA PERJALANAN,
DAN BIAYA KOMISI TERHADAP VOLUME PENJUALAN**

(Suatu Studi Pada Perusahaan Damatex Salatiga)



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Kesarjanaan Jenjang Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh:

BUDI RAHAYU

NIM : B 100 990 131

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada perekonomian bebas dewasa ini, di mana orang dengan bebas pula membelanjakan uangnya untuk membeli produk yang mereka sukai, maka fungsi marketing menduduki tempat tinggal yang penting dibandingkan fungsi-fungsi lain dalam perusahaan. Dengan memahami kenyataan tersebut di atas, maka di samping memproduksi suatu barang yang berkualitas pihak perusahaan juga harus dapat memasarkan barang-barang hasil produksinya itu. Mengetahui selera dari para konsumen dan calon konsumen serta bisa mempertahankan langganan-langganannya agar senantiasa tertarik dan selalu menggunakan produk tersebut atau dengan kata lain menjaga loyalitas pelanggan. Kegiatan pemasaran bukan sekedar menjual barang, melainkan juga segala aktivitas yang berhubungan dengan arus barang mulai dari tangan produsen sampai tangan konsumen.

Perlu disadari bahwa dengan adanya berbagai macam promosi pada saat ini yang dapat kita lihat melalui berbagai media yang ada, maka akan besar pengaruhnya terhadap kelancaran penjualan barang. Dengan demikian perusahaan akan semakin memahami arti pentingnya promosi, terutama dengan adanya persaingan yang semakin tajam (dengan munculnya kompetitor).

Perkembangan sektor swasta yang cukup pesat dewasa ini, selain memberikan sumbangan yang positif dalam menyerap tenaga kerja dan bertambahnya devisa negara, juga mengakibatkan persaingan yang cukup ketat antara perusahaan. Masing-masing perusahaan saling bersaing dan kalau mungkin dapat memenangkannya, dengan harapan akan dapat meningkatkan keuntungan yang diperoleh perusahaan akan dapat lebih berkembang.

Dalam usaha meningkatkan volume penjualannya, cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melaksanakan fungsi-fungsi perusahaan yang terdiri dari fungsi-fungsi produksi, fungsi personalia, fungsi keuangan, fungsi akuntansi dan khususnya fungsi pemasaran. Masing-masing fungsi perusahaan ini tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pihak manajemen harus memperhatikan masing-masing fungsi perusahaan ini karena saling menunjang dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan.

Dalam melaksanakan fungsi pemasaran setiap perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari peran mereka sebagai kompetitor dan promotor. Suatu produk betapapun manfaatnya apabila tidak dikenal oleh konsumen maka produk tersebut tidak akan dapat diketahui manfaatnya dan mungkin tidak akan dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus menginformasikan produknya dan mempengaruhi para konsumen agar dapat mendorong permintaan terhadap produk itu kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi yang merupakan salah satu cara atau bauran pemasaran. Dengan promosi

diharapkan akan dapat meningkatkan volume penjualan dan bagi perusahaan yang sudah menjalankan kegiatan ini, omzet yang telah dicapai akan dapat terus dipertahankan

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Pengaruh Biaya Gaji Penjual, Biaya Perjalanan, dan Biaya Komisi Terhadap Volume Penjualan (Suatu Studi Pada Perusahaan Damatex Salatiga)’.

B. Pembatasan Masalah

1. Penelitian ini dilakukan di Perusahaan Daya Manunggal Tekstil hal ini dilakukan karena Perusahaan Daya Manunggal Tekstil merupakan salah satu perusahaan yang masih *survive* ditengah kondisi perekonomian yang tergolong sulit seperti sekarang ini.
2. Penelitian juga dibatasi pada pelaksanaan promosi yang efektif terutama pada personal selling, sebab promosi merupakan ujung tombak suatu perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan bagi produknya.
3. Komponen dari personal selling yang diteliti meliputi gaji penjual, biaya perjalanan dan komisi.

C. Perumusan Masalah.

Perumusan masalah dalam hal ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh gaji penjual, biaya perjalanan, dan komisi terhadap volume penjualan pada Perusahaan Damatex.
2. Di antara variabel gaji penjual, biaya perjalanan, dan komisi variabel mana yang berpengaruh paling besar terhadap volume penjualan pada Perusahaan Damatex.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk menganalisis pengaruh gaji penjual, biaya perjalanan, dan komisi terhadap volume penjualan pada Perusahaan Damatex.
- b. Untuk menganalisis variabel mana yang berpengaruh paling besar terhadap volume penjualan pada Perusahaan Damatex.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah dan memperluas pengetahuan penulis tentang masalah promosi dalam kegiatan pemasaran.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai informasi perusahaan untuk menentukan pelaksanaan promosi terutama pada personal selling sehingga mampu meningkatkan hasil penjualan.

F. Sistematika Skripsi

Sistematika penulisan dalam skripsi ini disusun sebagai berikut :

Bab I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi pengertian dan arti pentingnya promosi, fungsi dan pelaksanaan rencana promosi, merancang strategi bauran komunikasi dan promosi, personal selling, volume penjualan, dan hasil penelitian terdahulu.

Bab III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai metode riset, hipotesis, jenis penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

Bab IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum perusahaan dan pembahasan hasil penelitian Analisis Pengaruh Biaya Gaji Penjual, Biaya Perjalanan,

dan Biaya Komisi Terhadap Volume Penjualan (Suatu Studi Pada Perusahaan Damatex Salatiga).

Bab V PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran.